



СЕКЦІЯ 4. СОЦІАЛЬНА ПЕДАГОГІКА

УДК 316.61:070:316.774

DOI <https://doi.org/10.32999/ksu2413-1865/2020-91-15>**МЕДІАСОЦІАЛІЗАЦІЯ ОСОБИСТОСТІ В КОНТЕКСТІ ІНМУТАЦІЇ
В ЗАСОБАХ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

Черниш Олег Олександрович,
асистент кафедри журналістики та видавничої справи,
аспірант кафедри соціальної педагогіки
Луганський національний університет імені Тараса Шевченка
chernyscholeg1995@gmail.com
orcid.org/0000-0002-4429-2020

Актуальність досліджуваної проблеми пов'язана зі зростаючою роллю засобів масової комунікації за сучасних умов. Це призводить до зміни ціннісних орієнтирів і трансформації ідентичності особистості. Активне зростання ролі медіа, їхній вплив на формування та розвиток особистості призводить до виникнення поняття «медіасоціалізація» та інмутації в засобах масової комунікації. Мета дослідження – окреслити можливості процесу медіасоціалізації в контексті інмутації в засобах масової комунікації. Методами нашого дослідження є: аналіз педагогічної, психологічної літератури, синтез, порівняння, узагальнення. У статті проаналізовано погляди вітчизняних і зарубіжних науковців на проблему інмутації в засобах масової комунікації та трансформації інформаційного простору. У контексті масового характеру інмутації суспільства актуальним стає поняття «медіасоціалізації», яке лежить в основі зменшення негативного впливу засобів масової комунікації на особистість.

Автор визначає відсутність ґрунтовного дослідження поняття «медіасоціалізація» в сучасній науковій думці. Так, медіасоціалізація пов'язана із трансформацією традиційних засобів соціалізації та полягає у засвоєнні та відтворенні соціального досвіду людства за допомогою нових медіа.

У статті проаналізовано сутність понять «медіапростір», «засоби масової комунікації» та «інмутація». Детально охарактеризовано вплив засобів масової інформації на становлення та розвиток сучасної особистості.

Було зроблено висновки про необхідність формування медіакультури особистості, налагодження безпечної та ефективної взаємодії молоді особистості із сучасною системою медіа, формування медіаосвіченості, медіаграмотності та медіакомпетентності відповідно до вікових та індивідуальних особливостей задля успішної медіасоціалізації особистості. Також було визначено роль державних органів у вирішенні проблеми медіасоціалізації особистості. Визначено, що процес формування медіакультури у молоді повинен відбуватися на рівні традиційних інститутів соціалізації особистості.

Перспективу подальших досліджень автор вбачає у детальному аналізі та вивченні потенціалу закладів освіти як інституту та засобу протидії масовому характеру інмутації суспільства.

Ключові слова: *інмутація, медіасоціалізація, засоби масової комунікації, медіапростір, інформація.*

**MEDIA SOCIALIZATION OF PERSONALITY
IN THE CONTEXT OF INMUTATION IN THE MASS MEDIA**

Chernysh Oleh Oleksandrovych,
Assistant at the Department of Journalism and Publishing,
Postgraduate Student at the Department of Social Pedagogy
Luhansk Taras Shevchenko National University
chernyscholeg1995@gmail.com
orcid.org/0000-0002-4429-2020

The urgency of the researched problem is connected with the growing role of mass media in modern conditions leads to change of values and transformation of identity of the person. The active growth of the role of the media, their influence on the formation and development of personality leads to the concept of “media socialization” and immutation in the media. The aim of the study is to outline the possibilities of the process of media socialization in the context of immutation in the media. The methods of our research are: analysis of pedagogical, psychological, literature, synthesis, comparison, generalization. The article analyzes the views of domestic and foreign scientists on the problem of immutation in the media and the transformation of the information space. In the context



of the mass nature of the immutation of society, the concept of “media socialization” becomes relevant, which is the basis for reducing the negative impact of the media on the individual.

The author identifies the lack of a thorough study of the concept of “media socialization” in modern scientific thought. Thus, media socialization is associated with the transformation of traditional means of socialization, and is to assimilate and reproduce the social experience of mankind with the help of new media.

The article analyzes the essence of the concepts “media space”, “mass media” and “immutation”. The influence of mass media on the formation and development of the modern personality is described in detail.

The study concluded that it is necessary to form a media culture of the individual, to establish safe and effective interaction of young people with the modern media system, the formation of media awareness, media literacy and media competence in accordance with age and individual characteristics for successful media socialization. The role of state bodies in solving the problem of media socialization of the individual was also determined. It is determined that the process of formation of media culture in youth should take place at the level of traditional institutions of socialization of the individual.

The author sees the prospect of further research in a detailed analysis and study of the potential of educational institutions as an institution and a means of counteracting the mass nature of the immutation of society.

Key words: *immutation, media socialization, mass media, media space, information.*

Вступ

За сучасних умов розвитку українського суспільства відбувається зміна ціннісних орієнтирів, зростання ролі інформації та медіаресурсів. Інформація, перетворюючись на феномен глобального рівня, оволодіває простором і часом.

Водночас відбувається активне зростання ролі медіа, які стали новим потужним агентом соціалізації. Нівелюючи вплив традиційних агентів соціалізації особистості, таких як сім'я, референтні соціальні групи, заклади освіти, релігійні та державні установи, медіа набувають дедалі більшої популярності серед населення. Отже, постає поняття «медіасоціалізації», яке набуває особливої актуальності.

Вплив медіа на особистість має не тільки позитивний, а й доволі часто негативний характер. У зв'язку з цим сьогодні спостерігається інмутація в засобах масової комунікації (далі – ЗМК). Науковці не мають одностайної думки щодо механізмів і процесів, які впливають на інмутацію суспільства, та її наслідків, але відзначають, що ознаками масової інмутації суспільства є зниження якості продукції масової комунікації, зокрема продукції ЗМІ, зміна моделей поведінки аудиторії та індивідів.

Мета статті – окреслити можливості процесу медіасоціалізації в контексті інмутації у ЗМК.

1. Теоретичне обґрунтування проблеми

Проблеми масової інмутації суспільства вивчалися багатьма ученими. Так, О. Холод свої твори присвятив аналізу комунікаційних технологій (Холод, 2016). Науковець доводить, що суспільство потерпає від інмутації масової комунікації через появу інмутованих інмутантів.

Активно в науковому просторі досліджується проблема соціалізації та медіасоціалізації. Так, соціалізацію особистості за умов гібридної війни на сході України

вивчають В. Курило, С. Савченко, О. Караман (Курило, 2018). Учені визначили соціальні та соціально-психологічні особливості дітей, котрі стали жертвами несприятливих умов соціалізації за умов гібридної війни на сході України.

Н. Голованова розглядає медіапростір як чинник побудови інформаційного суспільства (Голованова, 2017). Учена акцентує увагу на тому, що розвиток медіапростору є складовою частиною інформаційної політики держави, але медіапростір водночас і визначає інформаційну політику держави.

Проте, незважаючи на пильну увагу дослідників до зазначених сторін проблеми, певні її аспекти залишаються недостатньо висвітленими.

2. Методологія та методи

Для вивчення цієї проблеми ми використовували системний, компетентнісний і діяльнісний методологічні підходи. За допомогою аналізу й узагальнення літературних джерел отримували повне уявлення про стан досліджуваної проблеми й базових понять. Педагогічне спостереження дало змогу вивчати специфіку та нюанси впливу ЗМК на формування особистості. Для формулювання висновків використовували метод систематизації, аналіз педагогічної та психологічної літератури, синтез, порівняння й узагальнення.

3. Результати дискусії

Сьогодні особливо актуальним стає поняття «інмутація ЗМК». На початку нашого дослідження важливо розглянути його визначення й основні характеристики.

До ЗМК науковці відносять: друковану, аудіовізуальну, електронну пресу, масові довідники, кіно-, відео-, аудіоносії інформації, супутникові, кабельні, комп'ютерні мережі – усе, що може нагромаджувати та передавати важливу для суспільного життя інформацію.

Поняття «засоби масової комунікації» змінювалося протягом розвитку суспільства.



Змінювалися процеси формування, трансляції інформації через ЗМК, їхні види та форми, темпи впливу.

Сьогодні діяльність ЗМК спрямована на відкрите, публічне передавання будь-якої інформації будь-якими засобами за допомогою спеціального технічного інструментарію.

Серед українських дослідників поняття «інмутація» активно досліджував О. Холод. Його праці присвячені вивченню особливостей процесу впливу на свідомість споживачів інформації з метою зміни їхньої поведінки. О. Холод відзначає, що засоби масової інформації здійснюють цілеспрямований вплив на масового споживача інформації, але пересічний реципієнт не може детально проаналізувати та визначити такий негативний вплив (Холод, 2020).

Поступово маніпулювання в ЗМК утворює у свідомості реципієнта негативний фрагмент картини світу, який змінює акценти як у сприйнятті реальних подій, так і у прийнятті рішень щодо реагування на них. Таким чином, утворюється хибний щодо об'єктивної істини стан речей (Холод, 2016: 108).

У зв'язку з цим виникає необхідність у більш детальному аналізі понять «маніпуляція в ЗМК» та «інмутація в ЗМК», визначенні їхніх характерних особливостей.

Так, маніпуляція в ЗМК є впливом на поведінку реципієнта. Цей вплив може бути двох видів: мутація та інмутація.

Мутація в ЗМК – це позитивний чи нейтральний вплив на поведінку реципієнта. Якщо у процесі впливу ЗМК на особистість не змінюється модель її поведінки, то такий вплив є позитивним. Якщо вплив призвів до тимчасових змін моделей поведінки реципієнтів, то він є нейтральним.

Інмутація в ЗМК – це процес впливу на свідомість реципієнтів з метою негативного змінення сценаріїв і моделей їхньої поведінки.

Звертаючись до аналізу поняття «інмутація», дослідники відзначають, що інмутація не може об'єктивно ідентифікуватися чи вимірюватися об'єктивними параметрами. Для визначення інмутації використовуються суб'єктивні критерії та одиниці, такі як оцінки, думки, позиції, твердження, питання, сумніви, переваги, вилучення лідерів.

О. Холод звертає увагу на те, що на початку XXI ст. виникають інмутовані інмутанти, тобто люди, інформаційний та інтелектуальний фонди яких формують переважно інші (частіше фахівці, котрі відповідають за інформаційну політику суспільства), число яких є невеликим, суб'єктивним. Такі особи здійснюють підсвідомий відбір інформації, формують її та, компілюючи, дають дозвіл на трансляцію гіпертрофованого (або гіпо-

трофованого) інформаційного утворення (Холод, 2016: 108).

Тобто у процесі інмутації суспільства аудиторія (споживачі інформації) отримує ретельно відібрану (гіпотрофовану) інформацію. Автори такої інформації, у свою чергу, є продуктом процесу інмутації суспільства. Відбувається певне «нашарування»: інмутовані автори інформації подають для суспільства інмутовану інформацію. Отже, інмутація інмутованих індивідів призводить до нової хвилі інмутації суспільства.

Особи, які сприймають інмутовану інформацію, є інмутованими інмутантами.

Масовий характер інмутації суспільства – процес формування негативних установок особистості й суспільства та їхніх аксіологічних систем і моделей поведінки через усі можливі соціальні (Холод, 2020: 127).

Саме вплив ЗМК став однією з головних причин масової інмутації суспільства. Дослідники виокремлюють низку цілей інмутації суспільства під впливом ЗМК:

- сталі ідеологічно-пропагандистські цілі, які є результатом постійного виховання прихильності до політичного режиму, що здійснюються представниками спецслужб;
- ворожі пропагандистські цілі, які використовуються для підризу чинного політичного режиму та здійснюються представниками розвідувальних служб супротивної країни;
- несталі пропагандистські цілі, що є результатом політичних виборчих компаній і здійснюються фахівцями з паблік рилейшнз;
- фрагментарні рекламні цілі, які є результатом рекламної кампанії та здійснюються фахівцями з рекламної справи та паблік рилейшнз;
- схожі на системні, що здійснюються для налагодження зв'язків із громадськістю;
- мобілізаційні, які здійснюються на випадок війни або термінового виконання економічних завдань із поновлення господарства.

Отже, сучасне суспільство активно потерпає від інмутації масової комунікації через появу інмутованих інмутантів. Вплив на суспільство масової комунікації, яка вже є інмутованою, породжує інмутацію інмутації. Саме тому особистість, котра є складовою частиною суспільства, потерпає від такого явища інмутації та перетворюється на інмутованого інмутанта.

У контексті інмутації суспільства дедалі більш актуальним стає поняття «медіасоціалізація». Саме медіасоціалізація лежить в основі зменшення негативного впливу ЗМК на особистість.

Особливості процесу медіасоціалізації досліджували такі вчені, як: О. Зінчина



(Зінчина, 2017), В. Курило (Курило, 2018), О. Петрунко (Петрунко, 2010), Л. Плеснюк (Плеснюк, 2006), С. Савченко (Курило, Савченко, Караман, 2018), А. Тадаєва (Тадаєва, 2013).

Так, на думку О. Петрунко (Петрунко, 2010), медіасоціалізація є однією із провідних моделей процесу соціалізації особистості. Медіасоціалізація не має конкретного сценарію, і втручання медіа у процес соціалізації може мати навіть агресивний характер.

В. Іванов та О. Волошенюк (Іванов, Волошенюк, 2012) відзначають, що медіасоціалізація є новим явищем інформаційного суспільства, пов'язаним із руйнацією традиційних способів адаптації дитини та кризою сім'ї як суспільного інституту, а період, за який відбулися зміни, ще недостатній для того, щоб повноцінно проаналізувати наслідки та зробити чіткі висновки. Отже, деякою мірою медіасоціалізація послаблює реальні контакти особистості, замінюючи їх віртуальним спілкуванням.

О. Зінчина розглядає медіасоціалізацію як складову частину процесу соціалізації людини інформаційного суспільства, яка здійснюється через нові медіа та заохочує до соціального досвіду людства кожного індивіда (Зінчина, 2017).

Ми поділяємо думку А. Тадаєвої, що у процесі медіасоціалізації відбувається перебудовування усіх сфер життєдіяльності особистості. Зокрема, змінюється роль інформаційної сфери (інформація набуває нового рівня значущості в інформаційному суспільстві); змінюються форми та характеристики освітнього процесу (з'являються нові форми отримання знань – дистанційна освіта; переважна більшість закладів освіти мають власний інтернет-сайт, за допомогою якого презентується їхня навчальна та виховна діяльність; існують онлайн-бібліотеки); дозвілля (з'являються яскраві ігри-симулятори); професійної сфери (можливість ведення власного інформаційного бізнесу, професійного росту й отримання кращої вакансії) тощо. Крім того, сучасні медіа істотно впливають на засвоєння соціальних норм, формування ціннісних орієнтацій і найчастіше виступають засобом неформальної освіти та просвіти. Особливістю медіасоціалізації людини є її активність. Індивід перетворюється із соціального об'єкта на соціальний суб'єкт, оскільки може не обмежуватися позицією глядача, читача чи слухача, а сам у змозі організовувати, впливати на події та залучається до дії, перетворюючи соціальне середовище, хоча й віртуальне (Голованова, 2017: 332–333).

Отже, проаналізувавши наукові праці багатьох дослідників проблем медіапростору та медіасоціалізації, ми дали своє визначення поняття «медіасоціалізація» – це специфічна складова частина процесу соціалізації особистості у сучасному інформаційному просторі, що пов'язана з трансформацією традиційних засобів соціалізації та полягає у засвоєнні та відтворенні соціального досвіду людства за допомогою нових медіа.

Трансформації у сучасному суспільстві під впливом нового медіапростору призводять до закріплення у свідомості людей таких цінностей, як право на свободу спілкування і самовираження, доступ до матеріальних благ і свободу переміщення, право на шанобливе ставлення до своїх потреб, до особистого життя та власного часу. Це нові цінності, народжені новою епохою. І якщо традиційні мас-медіа підкорюються законам суспільства масового споживання і формують уніфікований, примітивний тип особистості, то нові медіа наслідують логіку постмодерну, де кожна людина довільно обирає власний унікальний стиль життя з його ідеологією, цінностями та інструментарієм і створює свою індивідуальну реальність (Холод, 2020: 334).

Нові медіа, активно представлені сьогодні в Інтернет-мережі, надають молоді нове середовище і засоби для соціалізації. Сучасна особистість має можливість за допомогою Інтернет-мережі не тільки експериментувати зі своїм образом, але і знаходити друзів, однодумців, здобувати навички спілкування та створення романтичних стосунків. З одного боку, під час становлення та розвитку особистості такі можливості відіграють велике значення, зокрема терапевтичне. Проте стосунки, які будуються в Інтернеті, відрізняються від реальних і мають свої певні особливості. Молодь не завжди розуміє й усвідомлює публічний характер Інтернет-мережі.

Інтернет-мережа сьогодні стала певною творчою лабораторією, де молодь навчається особливостей презентації себе зовнішньому світу у просторі, що здається більш безпечним, ніж є насправді. Віртуальний образ дуже легко створити та зробити загальнодоступним, але в цьому є певні ризики. Зокрема, існує можливість маніпуляцій і фальсифікацій.

Нині відбувається і певна трансформація природи ідентичності особистості. Так, ідентичність особистості у світі цифрових технологій – це синтез образів, досвіду самовираження в реальному і віртуальному просторах. Зокрема, соціальна ідентичність, яка зазнає найбільших змін, форму-



ється не лише на основі слів чи дій самої особистості, але й думки інших користувачів Інтернет-мережі щодо цієї особистості. Ці оцінки, висловлювання та коментарі є загальнодоступними, їх важко контролювати та керувати.

У сучасній особистості сформувалася потреба брати участь в онлайн-комунікації, оскільки в іншому разі є ризик опинитися на периферії, втратити друзів, бути виключеним зі спілкування, навіть обмеженим у розвитку деяких навичок соціалізації.

Сьогодні за умов масової інмутації суспільства важливим є підвищення соціальної та психологічної безпеки особистості в медіапросторі. Особливо гостро постає питання успішного формування медіакультури особистості.

На нашу думку, необхідно усвідомлювати й обговорювати проблему медіасоціалізації, особливо молоді. Саме молодь сьогодні є активним користувачем Інтернет-мережі та інших ЗМК, а тому схильна до негативного впливу ЗМК.

Важливим є й усвідомлення відповідальності усіма Інтернет-користувачами.

Процес формування медіакультури у молоді повинен відбуватися на рівні традиційних інститутів соціалізації, зокрема сім'ї та освіти. Важливим є створення безпечної та ефективної взаємодії молоді особистості із сучасною системою медіа, формування медіаобізнаності, медіаграмотності та медіакомпетентності відповідно до вікових та індивідуальних особливостей.

Ми вважаємо, що для успішної медіасоціалізації особистості доцільним є впровадження відповідних курсів у закладах освіти. Варто розуміти, що великою частиною аудиторії нових медіа є саме молодь, і важливо, щоб вона набула статусу повноцінного співучасника і партнера в комунікаційному процесі. Тільки тоді можна буде говорити про культуру комунікації як уміння усвідомлено сприймати, критично осмислювати, інтерпретувати медіатексти з метою розширення загальних, соціокультурних і професійно-значущих знань, комунікативних і творчих здібностей.

Дослідники акцентують увагу на важливій ролі державних органів для вирішення проблеми медіасоціалізації особистості. Так, О. Петрунко відзначає, що системне втручання на рівні держави необхідне як захист національного медіапростору і гуманізація медіасередовища, в якому відбувається розвиток і соціалізація підростаючого покоління, а також як підвищення загального рівня медіакультури й медіакомпетентності, тобто як медіапросвіта дорослого населення та цільова медіаосвіта дітей і молоді (Петрунко, 2010).

Сьогодні за складних умов зовнішніх і внутрішніх викликів проблеми медіасоціалізації молоді дедалі більше привертають увагу науковців. Молодь перебуває на стадії особистісного та професійного становлення, активно залучається до віртуальної реальності. Саме тому зростає значення закладів освіти як одних із провідних агентів соціально контрольованої, цілеспрямованої медіасоціалізації особистості в сучасному інформаційному суспільстві.

Існує потреба в детальному дослідженні та вивченні потенціалу закладів освіти як інституту та засобу протидії масовому характеру інмутації суспільства.

Висновки

Таким чином, можна зазначити, що масовий характер інмутації суспільства є актуальною проблемою сьогодення. Він полягає у формуванні негативних установок особистості й суспільства та їхніх аксіологічних систем і моделей поведінки через усі можливі соціальні канали або такі, що стосуються широких верств населення.

У контексті інмутації в ЗМК постає необхідність збільшення уваги до процесу медіасоціалізації особистості. Медіасоціалізація – це специфічна складова частина процесу соціалізації особистості у сучасному інформаційному просторі, що пов'язана із трансформацією традиційних засобів соціалізації та полягає у засвоєнні та відтворенні соціального досвіду людства за допомогою нових медіа.

Сьогодні для успішної медіасоціалізації особистості важливим є формування медіакультури особистості, створення безпечної та ефективної взаємодії молоді особистості із сучасною системою медіа, формування медіаобізнаності, медіаграмотності та медіакомпетентності відповідно до вікових та індивідуальних особливостей.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо у вивченні потенціалу закладів освіти як інституту медіасоціалізації особистості.

ЛІТЕРАТУРА

1. Холод О. Маніпуляція суспільством: мутація й інмутація як концепції соціально-комунікаційних технологій. *Освіта регіону*. 2016. № 4. С. 108
2. Курило В.С., Савченко С.В., Караман О.Л. Соціалізація особистості в умовах гібридної війни на сході України : монографія. Старобільськ : ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2018. 240 с.
3. Голованова Н.В. Медіапростір як важливий чинник побудови інформаційного суспільства. *Актуальні проблеми державного управління*. 2017. № 1 (51).
4. Холод О.М. Комунікаційні технології. Київ : Центр навчальної літератури, 2020. 213 с.
5. Зінчина О.Б. Медіасоціалізація сучасної молоді: виклики і відповіді. *Вісник Харківського національного*



університету імені В.Н. Каразіна. Серія : Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи. 2017. № 39. С. 332–339. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhISD_2017_39_49 (дата звернення: 01.11.2020).

6. Петрунко О.В. Медіасоціалізація, або соціалізація з медіа замість соціалізації з дорослими. *Психологічні перспективи : Спеціальний випуск. 2010.* С. 103–113. URL: https://library.krok.edu.ua/media/library/category/statti/petrunko_0003.pdf (дата звернення: 01.11.2020).

7. Плеснюк Л.П. Особенности организации профилактики адикции среди детей и подростков. *Социально-педагогическая работа.* 2006. № 5. С. 11–16.

8. Тадаєва А.В. Особливості соціалізації людини в сучасному інформаційному просторі. *Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді.* 2013. Вип. 17. Кн. 2. С. 329–337.

9. Іванов В.Ф., Волошенюк О.В., Дзюба Д.Ю. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник. Київ : Центр вільної преси, 2012. 352 с.

REFERENCES

1. Kholod, O.M. (2016). Manipulatsiia suspilstvom: mutatsiia y inmutatsiia yak kontseptsii sotsialno-komunikatsiinykh tekhnolohii [Manipulation of society: mutation and immutation as concepts of social and communication technologies]. *Osvita rehionu – Education of the region*, 4, 108. [in Ukrainian].

2. Kurylo, V.S., Savchenko, S.V., Karaman, O.L. (2018). Sotsializatsiia osobystosti v umovakh hibrydnoi viiny na skhodi Ukrainy [Socialization of the individual in the conditions of a hybrid war in the east of Ukraine]. Starobilsk : DZ “LNU imeni Tarasa Shevchenka” [in Ukrainian].

3. Holovanova, N.V. (2017). Mediaprostir yak vazhlyvyi chynnyk pobudovy informatsiinoho suspilstva [Media space as an important factor in building an information society]. *Aktualni problemy derzhavnoho upravlinnia – Actual problems of public administration*, 1 (51) [in Ukrainian].

4. Kholod, O.M. (2020). Komunikatsiini tekhnolohii [Communication technologies]. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury [in Ukrainian].

5. Zinchyna, O.B. (2017). Mediasotsializatsiia suchasnoi molodi: vyklyky i vidpovidi [Media socialization of modern youth: challenges and answers]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V.N. Karazina. Serii: Sotsiologichni doslidzhennia suchasnoho suspilstva: metodolohiia, teoriia, metody – Bulletin of V.N. Karazin Kharkiv National University. Series: Sociological research of modern society: methodology, theory, methods.* URL: <https://periodicals.karazin.ua/ssms/article/view/10283> [in Ukrainian].

6. Petrunko, O.V. (2010). Mediasotsializatsiia, abo sotsializatsiia z media zamist sotsializatsii z doroslymy [Media socialization, or socialization with the media instead of socialization with adults]. *Spetsialnyi vypusk – Psychological perspectives: Special issue*, 103–113. URL: https://library.krok.edu.ua/media/library/category/statti/petrunko_0003.pdf [in Ukrainian].

7. Plesniuk, L.P. (2006). Osobennosti orhanyzatsyy profylaktyky adykytsyy sredey detei y podrostkov [Features of the organization of prevention of addiction among children and adolescents]. *Sotsyalno-pedahohycheskaia rabota – Socio-pedagogical work*, 5, 11–16 [in Russian].

8. Tadaieva, A.V. (2013). Osoblyvosti sotsializatsii liudyny v suchasnomu informatsiinomu prostori [Features of human socialization in the modern information space]. *Teoretyko-metodychni problemy vykhovannia ditei ta uchnivskoi molodi: zbirnyk naukovykh prats – Theoretical and methodological problems of education of children and students: a collection of scientific works.* Kirovograd: Imex-LTD, 2013. 17, vol. 2. 329–337 [in Ukrainian].

9. Ivanov, V.F., Volosheniuk, O.V., Dziuba, D.Yu. (2012). Mediaosvita ta mediahramotnist: pidruchnyk [Media education and media literacy: textbook]. Kyiv : Tsentr vilnoi presy [in Ukrainian].

*Стаття надійшла до редакції 11.11.2020.
The article was received 11 November 2020.*